

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cyber Public Relations memegang peranan yang sangat vital dalam manajemen penyebaran informasi kepada khalayak di era modern. Aktivitas hubungan masyarakat ini mengalami pergeseran medium seiring dengan pemanfaatan jaringan internet sebagai basis utama operasional kehumasan. Onggo (2004) mendefinisikan *cyber public relations* sebagai keseluruhan kegiatan hubungan masyarakat yang dieksekusi melalui media internet, mulai dari pelaksanaan publikasi secara terstruktur hingga upaya strategis dalam membangun citra positif lembaga. Pendekatan kehumasan digital ini mempermudah institusi untuk melampaui sekat-sekat komunikasi tradisional. Onggo (dalam Sujanto, 2021) menguatkan pandangan tersebut dengan menyatakan bahwa praktik humas yang mengandalkan internet, atau dikenal sebagai *electronic public relations* (e-pr), memosisikan dunia maya sebagai ruang publisitas yang dinamis untuk menyampaikan pesan organisasi secara mandiri.

Perkembangan teknologi internet di Indonesia telah menciptakan ruang baru bagi interaksi antara lembaga publik dan masyarakat. Data dari komdigi.go.id pada tahun 2024 memaparkan bahwa jumlah pengguna internet aktif di Indonesia telah menembus angka lebih dari 220 juta pengguna. Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui data tahun 2024 menegaskan bahwa penetrasi tersebut mencakup lebih dari 70% dari total populasi penduduk nasional. Realitas demografis ini mendorong instansi pemerintah untuk menjadikan media sosial sebagai saluran komunikasi utama guna membagikan informasi publik. Media sosial beroperasi sebagai platform digital yang mendukung interaksi sosial melalui teknologi yang mengubah komunikasi satu arah menjadi dialog terbuka antara organisasi dan khalayak. Saleem dan Anderson (2012) menjelaskan bahwa keberadaan media sosial memberikan keuntungan strategis berupa ketersediaan umpan balik (feedback) secara instan, di mana publik dapat langsung menyampaikan pandangan atau komentar terhadap informasi yang diberikan.

Pelabuhan Perikanan Samudera (PPS) Bungus sebagai instansi pemerintah di bawah naungan Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap (DJPT) Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) memiliki tanggung jawab besar dalam mengimplementasikan keterbukaan informasi ini. Data resmi dari situs kkp.go.id tahun 2025 mengategorikan PPS Bungus sebagai salah satu pelabuhan perikanan terbesar tipe A di Indonesia. Keberadaan instansi ini sebagai salah satu dari enam pelabuhan terbesar nasional yang berlokasi di Provinsi Sumatera Barat menjadikannya sebagai pusat pelayanan strategis, khususnya dalam pengurusan izin berlayar, fasilitasi bisnis perikanan, serta tata kelola kemaritiman daerah. Konsekuensi dari status strategis tersebut menjadikan PPS Bungus sebagai episentrum utama di mana sebagian besar arus data dan informasi sektor kelautan di Sumatera Barat diproduksi dan

disebarluaskan. Institusi ini dituntut untuk proaktif meninggalkan pola komunikasi konvensional demi memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan aspek kecepatan, ketepatan, dan kemudahan akses data.

Pengelolaan saluran komunikasi digital pada instansi ini dilaksanakan secara terpusat oleh Penata Layanan Operasional sebagai humas PPS Bungus yang berada di bawah naungan Tim Kerja Dukungan Manajerial. PPID mengelola beberapa platform media sosial resmi seperti Facebook, Twitter (X), dan Instagram untuk mendistribusikan muatan informasi yang meliputi agenda operasional pelabuhan, prosedur layanan perizinan, edukasi kelautan, hingga peringatan cuaca buruk. Platform Instagram terpilih sebagai saluran digital paling dominan karena memiliki tingkat aktivitas yang sangat tinggi. Akun resmi @ppsbungus_ telah beroperasi aktif sejak tahun 2021 dan mengumpulkan lebih dari 2.000 unggahan konten informatif. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa akun @ppsbungus_ masuk ke dalam jajaran tiga besar akun Instagram pelabuhan perikanan dengan jumlah pengikut terbanyak di Indonesia. Posisi pertama ditempati oleh PPS Cilacap dengan 2.333 pengikut, disusul oleh PPS Nizam Zachman Jakarta dengan 2.331 pengikut, dan PPS Bungus menempati posisi ketiga dengan koleksi 1.760 pengikut.

Implementasi *Cyber Public Relations* pada akun @ppsbungus_ diwujudkan melalui penayangan visual yang mencerminkan transparansi dan kedekatan emosional dengan masyarakat pesisir. Admin media sosial secara konsisten menggunakan sapaan akrab "#SahabatBahari" untuk mencairkan kekakuan birokrasi dan membangun hubungan yang hangat dengan

pengikutnya. Berbagai konten harian seperti dokumentasi apel pagi pegawai, upacara peringatan hari besar, kegiatan gotong royong, hingga rapat koordinasi internal ditampilkan secara berkala. Keterbukaan administratif ditunjukkan dengan penyediaan tautan (link) dan kode batang (barcode) yang dapat diakses langsung oleh publik untuk meninjau Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) serta Rencana Kerja dan Anggaran (RKA-K/L) tahun 2025. Aspek akuntabilitas lembaga diperkuat dengan publikasi berbagai prestasi kedinasan, seperti perolehan penghargaan pelaporan data ketersediaan ikan di cold storage melalui Sistem Informasi Pengelolaan *Cold Storage* (SIPCS) pada 2 Juli 2025, serta penghargaan kinerja pelabuhan berkategori "Sangat Baik" pada 10 September 2025. Akun ini juga aktif menyajikan data fungsional seperti aktivitas pembongkaran hasil tangkapan ikan di dermaga serta infografis peringatan dini gelombang tinggi yang digarap berkolaborasi dengan BMKG.

Realitas pengelolaan konten yang terlihat progresif tersebut pada kenyataannya memunculkan anomali manajerial ketika dihadapkan pada metrik tingkat partisipasi publik. Penelusuran lebih lanjut menemukan adanya kesenjangan (gap) empiris yang sangat signifikan antara masifnya arus publikasi dengan kualitas interaksi dua arah di ruang siber. Berdasarkan hasil observasi pra-penelitian yang dilakukan selama periode Januari hingga Maret 2026, ditemukan data yang menunjukkan rendahnya efektivitas interaksi pada akun tersebut. Meskipun @ppsbungus_ beroperasi sangat aktif dengan rekam jejak lebih dari 3.070 unggahan (posts) dan memiliki 1.762 pengikut (followers), tingkat keterlibatan audiens (engagement rate) terpantau sangat

minim. Rata-rata interaksi (tanda suka/likes) pada unggahan feed dan reels hanya berkisar antara 10 hingga 30 suka per unggahan, yang mana tidak mencapai 2% dari total pengikutnya.

Indikator rendahnya efektivitas Instagram sebagai media informasi dua arah terlihat jelas pada kondisi kolom komentar yang sangat pasif. Selama periode pengamatan tiga bulan tersebut, mayoritas unggahan edukasi maupun informasi layanan kepelabuhanan rata-rata tidak mendapatkan satu pun komentar (0 komentar) dari publik. Beberapa interaksi yang muncul pun umumnya hanya berupa respons emotikon singkat tanpa memicu diskusi dialogis. Selain itu, ketika terdapat segelintir warganet yang mengajukan pertanyaan spesifik terkait layanan pelabuhan, waktu tanggap (response time) dari pengelola akun kerap mengalami keterlambatan yang signifikan. Status pelabuhan sebagai salah satu dari tiga besar akun dengan pengikut terbanyak di lingkungan Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap ternyata tidak berbanding lurus dengan hidupnya budaya diskusi organik warganet. Kesenjangan antara tingginya intensitas produksi pesan dan minimnya partisipasi dialogis inilah yang menjadikan akun @pps Bungus_ memiliki urgensi tinggi untuk diteliti guna membedah di mana letak inefisiensi strategi *Cyber Public Relations* yang sedang dijalankan.

Tantangan dalam membangun interaksi siber di lembaga pemerintahan terus menunjukkan dinamika yang kompleks. Kesenjangan antara masifnya arus publikasi dan lambatnya respons humas yang terjadi di PPS Bungus ternyata sejalan dengan pola yang ditemukan pada penelitian terdahulu. Kajian

oleh Rizky, dkk. (2023) mengenai implementasi *Cyber Public Relations* pada institusi kepolisian, serta penelitian Meidiana, dkk. (2023) pada dinas pemerintahan kota, secara konsisten menemukan bahwa instansi pemerintah sering kali mengalami kegagalan respons cepat (*response lag*). Keterlambatan di kolom komentar tersebut bersumber dari hambatan koordinasi birokrasi, di mana tim humas harus meminta persetujuan pimpinan sebelum menjawab pertanyaan warga. Kesamaan anomali struktural inilah yang menjadikan kerangka *The Circular Model of SoMe* sangat relevan digunakan untuk membedah strategi PPS Bungus dalam menyelaraskan tahap berbagi informasi (*share*) dan pengelolaan interaksi (*manage*), sebagaimana yang ditekankan dalam analisis Alexander (2022).

Realitas di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya intensitas publikasi konten dengan kualitas interaksi dua arah di ruang siber. Hasil pengamatan mendalam memperlihatkan bahwa akun @ppsbungus_ masih memiliki kelemahan mendasar dalam hal interaksi seketika (*real-time interactions*) dan respons cepat (*quick response*) terhadap pesan dari para pengikutnya. Volume unggahan informasi yang terus bertambah setiap hari tidak sebanding dengan kuantitas umpan balik yang diterima, sehingga tingkat keterlibatan (*engagement*) masyarakat di kolom komentar terpantau sangat rendah. Pola penyebaran pesan digital yang berjalan cenderung masih bersifat searah dan menyerupai media pengumuman elektronik yang pasif. Hambatan komunikasi ini memunculkan urgensi manajerial mengenai pentingnya mengevaluasi kembali tata kelola *Cyber Public Relations* yang diterapkan agar

Instagram tidak sekadar menjadi media pelaporan kinerja satu arah, melainkan mampu menstimulasi partisipasi aktif dan dialog terbuka dengan nelayan tradisional serta pemangku kepentingan kelautan.

Keberhasilan pelaksanaan komunikasi kehumasan berbasis siber pada dasarnya membutuhkan keselarasan antara pengelolaan pesan dan respons khalayak. Phillips dan Young (2009) menjabarkan lima elemen dasar yang wajib dipenuhi oleh praktisi humas dalam lingkungan digital, yaitu *transparency, porosity, the internet as an agent, richness in content, dan reach*. Konsep ini menegaskan bahwa kekayaan informasi dan keterbukaan data harus dikelola secara dinamis agar mampu menyentuh aspek emosional publik. Penelitian terdahulu oleh Yuliawati dan Irawan (2016) membuktikan bahwa pemanfaatan konsep *cyber public relations* memberikan kemudahan bagi praktisi humas dalam menjalankan fungsi publisitas secara efisien melalui bantuan internet. Kajian dari Hastuti dan Sumilawati (2020) mengokohkan argumen tersebut dengan menyatakan bahwa transparansi merupakan elemen mutlak yang wajib diartikan ketika strategi *cyberPR* dioperasikan oleh sebuah instansi pelayanan publik.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dikelola oleh humas PPS Bungus sebagai upaya strategis dalam menyampaikan informasi kepada publik. Pemanfaatan media sosial ini didasarkan pada tingginya jumlah pengguna aktif yang menjadikan Instagram sebagai sarana efektif untuk menyalurkan berbagai informasi terkait kegiatan dan pelayanan PPS Bungus. Melalui akun @ppsbungus_, informasi dapat disampaikan secara cepat dan

aktual. Hal tersebut terlihat dari tingginya tingkat aktivitas akun tersebut, yang telah memiliki lebih dari 2.000 unggahan berisi konten informatif dan terkini mengenai berbagai kegiatan di lingkungan PPS Bungus.

Realitas pengelolaan konten yang terlihat progresif tersebut pada kenyataannya memunculkan anomali manajerial ketika dihadapkan pada metrik tingkat partisipasi publik. Penelusuran lebih lanjut pada berbagai unggahan @ppsbungus_ menemukan adanya kesenjangan (*gap*) empiris yang sangat signifikan antara intensitas penyebaran pesan dengan kualitas interaksi dua arah yang tercipta di ruang siber. Status pelabuhan sebagai salah satu dari tiga besar akun dengan pengikut terbanyak di lingkungan Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap ternyata tidak berbanding lurus dengan tingginya rasio keterlibatan (*engagement rate*) warganet di kolom komentar. Ketiadaan diskusi organik yang intens serta lambatnya respons instansi dalam menjawab pertanyaan spesifik dari nelayan menjadi indikasi kuat adanya titik lemah pada tahapan tata kelola pesan. Kesenjangan antara masifnya arus publikasi dan minimnya kualitas dialog inilah yang menjadikan akun @ppsbungus_ memiliki urgensi tinggi untuk diteliti guna membedah di mana letak inefisiensi strategi komunikasi digital yang sedang dijalankan

Penelitian mengenai interaksi siber pada lembaga pemerintahan terus berkembang dan menunjukkan tantangan yang semakin kompleks di tingkat operasional. Kajian yang dilakukan oleh Rizky, dkk. (2023) mengenai implementasi Cyber Public Relations pada Instagram kepolisian menegaskan bahwa penerapan kerangka sirkular *The Circular Model of SoMe* (elemen

Share, Optimize, Manage, dan Engage) sangat efektif untuk mengukur sejauh mana instansi mampu mengubah data mentah menjadi instrumen pembangun kepercayaan publik (public trust). Hambatan interaksi dua arah pada akun pemerintah kemudian diteliti secara spesifik oleh Meidiana, dkk. (2023) pada platform Instagram dinas kota. Temuan riset tersebut mengungkap bahwa instansi pemerintah sering kali mengalami kegagalan respons cepat (response lag) di kolom komentar akibat adanya rantai birokrasi dan hambatan koordinasi internal antar-unit kerja, sebuah realitas yang memiliki kemiripan linier dengan kendala interaksi yang dihadapi oleh PPS Bungus. Penataan komunikasi dua arah ini didukung pula oleh analisis Alexander (2022) yang menyatakan bahwa keberhasilan sebuah organisasi untuk melibatkan publiknya sangat ditentukan oleh kekuatan manajerial dalam menyelaraskan tahap berbagi informasi (share) dan tahap pengelolaan umpan balik (manage) secara seimbang di media sosial.

Semua Proses dari berbagai literatur terdahulu dan realitas masalah di lapangan menjadi dasar kuat mengapa penelitian ini penting untuk dilaksanakan. PPS Bungus sebagai otoritas maritim terbesar di Sumatera Barat telah berhasil menjalankan fungsi publisitas dan keterbukaan data secara masif, namun masih tertahan pada pola komunikasi searah yang minim partisipasi publik. Peneliti memosisikan kerangka kerja *The Circular Model of SoMe* dari Regina Luttrell sebagai pisau analisis kualitatif yang dinamis untuk mengevaluasi secara mendalam bagaimana pesan dirancang, dioptimalkan, dikendalikan, hingga taktik persuasif apa yang digunakan untuk merangsang keterlibatan khalayak pesisir. Evaluasi terstruktur ini diharapkan mampu

memberikan kontribusi teoretis bagi studi humas pemerintah sekaligus saran praktis bagi perbaikan layanan komunikasi digital instansi. Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, peneliti melaksanakan penelitian mendalam dengan judul “**Pengelolaan Cyber Public Relations Pelabuhan Perikanan Samudera Bungus pada Instagram sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif pada Instagram @ppsbungus_)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengelolaan *cyber public relations* pelabuhan Perikanan Samudera Bungus pada Instagram @ppsbungus_ sebagai media informasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi *cyber public relations* Pelabuhan Perikanan Samudera Bungus dalam pengelolaan Instagram @ppsbungus_ sebagai media informasi.
2. Menganalisis upaya yang dilakukan Pelabuhan Perikanan Samudera Bungus dalam meningkatkan (*engage*) pada Instagram @ppsbungus_



1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan manfaat penelitian sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan kepustakaan yang bermanfaat di kemudian hari dan dapat dijadikan referensi dan rujukan penelitian terutama dalam bidang *cyber public relations* dan keterbukaan informasi pada instansi pemerintah.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang aktual mengenai aspek yang teliti. Selain itu juga memberikan saran yang membangun bagi Pelabuhan Perikanan Samudera Bungus dalam hal *cyber public relations* dalam menyajikan keterbukaan informasi, khususnya melalui media sosial Pelabuhan Perikanan Samudera Bungus.

